

O MERCADO E AS POTENCIALIDADES DO LEITE DE CABRA NA CIDADE DE SOBRAL: A VISÃO DO CONSUMIDOR

Espedito Cezário Martins¹, Alcido Elenor Wander², Lea Chapaval³, Marco Aurélio Delmondes Bomfim⁴

¹Engenheiro Agrônomo, Pesquisador da Embrapa Caprinos, Sobral – Ceará, eezario@cnpce.embrapa.br;

²Engenheiro Agrônomo, Pesquisador da Embrapa Arroz e Feijão, Santo Antonio de Goiás-GO, awander@cnpaf.embrapa.br;

³Médica Veterinária, Pesquisadora da Embrapa Caprinos, Sobral – Ceará, lea@cnpce.embrapa.br;

⁴Médico Veterinário, Pesquisador da Embrapa Caprinos, Sobral – Ceará, mabomfim@cnpce.embrapa.br

RESUMO: Este artigo faz uma análise das potencialidades e das oportunidades do mercado de leite de cabra na cidade de Sobral no Estado do Ceará. Os objetivos da pesquisa são: analisar o mercado e as oportunidades de mercado para o leite de cabra e seus derivados na cidade de Sobral; identificar quais os fatores socioeconômicos que exercem influência sobre a decisão dos consumidores de leite de cabra e derivados; identificar as oportunidades para alavancar a eficiência do mercado do mercado de leite de cabra e seus derivados; e avaliar o potencial de desenvolvimento para a produção de leite de cabra. Para tanto, questionários foram aplicados junto a consumidores nos diversos pontos de venda da cidade de Sobral. As principais conclusões mostram que o leite de cabra e seus derivados têm um significativo potencial de mercado, que precisa ser melhor entendido pelos produtores, a fim de que se possa aproveitar as potencialidades e as oportunidades atuais e futuras do mercado. Ainda, na visão dos consumidores, o leite de cabra e seus derivados são produtos diferenciados dos outros leites (principalmente leite de vaca) visto que os consumidores o vêem como um produto que tem um alto valor nutritivo, muito saudável e de boa qualidade. Ademais, para aumentar as suas participações no mercado brasileiro e, ampliar o número o número de consumidores, faz-se necessário que haja uma política agressiva de divulgação dos produtos, assim como, aumentar consideravelmente a oferta de produtos lácteos de origem caprina nos mais diversos pontos de vendas assim como também, diminuir os preços pagos pelo consumidor final.

Palavras-chave: leite de cabra, potencialidades e mercado.

1. INTRODUÇÃO

O Brasil tem uma população aproximada de 170 milhões de habitantes dos quais 19% moram em zonas rurais (FAO, 2006). A maioria dos brasileiros que mora no meio rural vive na Região Nordeste sendo que esta Região possui a maior parte de suas terras localizadas na zona semi-árida, conseqüentemente, com carência de recursos naturais. Além disto, o nordeste brasileiro é densamente habitado fato que contribui para que a maior proporção da pobreza rural e urbana brasileiras localize-se no semi-árido nordestino. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2006), existem no Brasil quase 14 milhões de pessoas que enfrentam sérios problemas de segurança alimentar, dos quais quase 52% localizam-se na Região Nordeste onde moram 28% da população brasileira. Também, os maiores problemas com insegurança alimentar no Brasil localizam-se na zona rural (IBGE, 2006).

Além de densamente habitado, o Nordeste brasileiro caracteriza-se por apresentar uma distribuição de chuvas temporal e espacialmente irregular. Em consequência, a região enfrenta, durante o ano, um longo período sem a ocorrência de chuvas. Estas peculiaridades criam sérias dificuldades para o perfeito desenvolvimento da agricultura na Região e, consequentemente, a população que mora na zona rural enfrenta fortes restrições de alternativas e estratégias de sobrevivência. Sob tais condições, a criação de pequenos ruminantes, especialmente, caprinos leiteiros e de dupla aptidão (leite e carne) é, reconhecidamente, uma alternativa que poderá contribuir para melhorar o nível de bem-estar da população pobre que vive no semi-árido nordestino. Muitos autores têm verificado que a criação de pequenos ruminantes apresenta um potencial significativo e, é uma alternativa viável e que contribui substancialmente para o desenvolvimento de áreas que apresentam deficiências de recursos naturais no mundo inteiro (Iñiguez, 2004; Ahuya et al., 2005; Peacock, 2005; Papachristoforou and Markou, 2006).

Grande parte da população mundial tem acesso ao leite de cabra. De acordo com a Food and Agricultural Organization (FAO, 2006), em 2005 a produção mundial de leite de cabra atingiu 12,5 milhões de toneladas, mas menos de 5 % deste total foi comercializado. A maior parte do leite de cabra produzido no mundo é utilizado no consumo doméstico das famílias (auto-consumo), vendido para a vizinhança ou usado na alimentação das crianças (Dubeuf, 2005). No Brasil, a produção de leite de cabra foi de 135.000 toneladas em 2005, o que representa 1,1% da produção mundial (FAO, 2006). Não obstante nos países desenvolvidos o sistema organizacional (de produção e comercialização) do leite de cabra constituir-se em um setor organizado que oferta produtos de qualidade superior aos consumidores, especialmente os de renda alta, nos países em desenvolvimento a importância econômica deste setor é ainda muito pequena (Dubeuf, 2005).

O mercado de leite de cabra no Brasil ainda está em desenvolvimento, mas tem apresentado um crescimento muito grande nos últimos anos, especialmente nas grandes cidades. As oportunidades para o mercado de leite de cabra e derivados estão aumentando a cada dia. Além da demanda dos consumidores dos grandes centros urbanos, alguns governos estaduais, especialmente da Região Nordeste, vêm induzindo a demanda de leite de cabra através de compras governamentais, com o objetivo de inseri-lo no cardápio da merenda escolar. Este fato poderá transformar a produção de leite de cabra em uma factível e viável alternativa para geração de emprego e renda para a população, especialmente para aqueles que moram na Região Nordeste, dado que cerca de 93% do efetivo total de caprinos do Brasil estão localizados nesta Região.

No Brasil, o leite de cabra e seus derivados encontram oportunidades de mercado sob a forma de vários produtos, tais como: leite “in natura”, leite pasteurizado UHT e UAT, leite em pó, queijos, iogurtes, doces, sorvetes e cosméticos, dentre outros. Portanto, os objetivos deste estudo são: (1) analisar o mercado e as oportunidades de mercado para o leite de cabra e seus derivados na cidade de Sobral; (2) identificar quais os fatores socioeconômicos que exercem influência sobre a decisão dos consumidores de leite de cabra e derivados; (3) identificar as oportunidades para alavancar a eficiência do mercado do mercado de leite de cabra e seus derivados; e (4) avaliar o potencial de desenvolvimento para a produção de leite de cabra. Partindo da hipótese de que o entendimento das variáveis que influenciam a demanda por leite de cabra e seus derivados poderá contribuir para o resgate social e a geração de emprego e renda, tanto no campo como nas cidades, buscou-se fazer uma análise deste mercado e de suas potencialidades na cidade de Sobral-CE. Para tanto, numa primeira seção, fez-se uma introdução onde são mostrados alguns trabalhos onde os autores enfatizam que a criação de pequenos ruminantes (especialmente caprinos) é uma alternativa viável e que contribui substancialmente para o desenvolvimento de áreas que apresentam deficiências de recursos naturais no mundo inteiro. Em seguida, apresentou-se o estado da arte sobre o

assunto onde se apresenta o panorama da caprinocultura leiteira no mundo e no Brasil e também, foi abordada a comercialização do leite de cabra no Brasil. Posteriormente, apresentaram-se as discussões dos resultados. Por último, foram feitas as considerações finais deixando claro que as qualidades nutricionais e de saúde do leite de cabra e seus derivados são um diferencial de mercado. Também é abordada a necessidade de que haja maior divulgação dos produtos, um aumento da oferta e diminuição de preços, como forma de conquistar novos consumidores.

2. ESTADO DA ARTE

O rebanho mundial de caprinos é da ordem de 768 milhões de cabeças. No período de 1999 a 2003, houve um aumento de 8,55% no rebanho mundial de caprinos (FAO, 2004). O rebanho brasileiro de caprinos é de 9,1 milhões de cabeças, tendo, também, registrado um aumento de 5,38% no mesmo período. Assim, o rebanho brasileiro de caprinos representa 1,18% do rebanho mundial em 2003 (Tabela 1). Aproximadamente 1/5 (19,40%) do efetivo mundial de caprinos é de animais voltados para a produção de leite. Já no Brasil a metade (50,62%) do rebanho caprino é considerada como sendo de produção de leite. Na prática, sabe-se que boa parte destes animais não são especializados na produção leiteira, mas sim, são de dupla ou tripla aptidão (carne, leite e pele), especialmente no Semi-Árido nordestino. Com isso, o rebanho brasileiro de caprinos leiteiros representa 3,09% do rebanho leiteiro mundial (Tabela 1). Nos últimos cinco anos (1999/2003), foi registrado um aumento do efetivo mundial de caprinos leiteiros na ordem de 2,67%, enquanto que, no Brasil, houve redução dos rebanhos leiteiros na ordem de 2,13%.

Tabela 1. Efetivo de rebanho, produção e produtividade de leite de cabra no Brasil e no mundo no período 1999-2003

Indicador	Ano					Var. 99/03 (%)
	1999	2000	2001	2002	2003	
Efetivo total de rebanho de caprinos (cab.)						
Mundo	707.472.746	722.224.119	737.416.818	751.146.881	767.930.400	+8,55%
Brasil	8.622.935	9.346.813	9.537.439	9.428.620	9.087.000	+5,38%
Part. Bras.(%)	1,22	1,29	1,29	1,26	1,18	
Efetivo de rebanho de caprinos leiteiros (cab.)						
Mundo	145.126.498	145.831.997	146.682.846	147.766.296	149.007.030	+2,67%
Brasil	4.700.000	4.900.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	-2,13%
Part. Bras.(%)	3,24	3,36	3,14	3,11	3,09	
Produção de leite de cabra (toneladas)						
Mundo	11.382.766	11.596.698	11.767.278	11.841.106	11.987.161	+5,31%
Brasil	141.000	147.000	138.000	138.000	138.000	-2,13%
Part. Bras.(%)	1,29	1,27	1,17	1,17	1,15	
Produtividade (kg leite/cabra/ano)						
Mundo	78,4	79,5	80,2	80,1	80,4	+2,55%
Brasil	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	0,00%
Produção de queijo de leite de cabra (toneladas)						
Mundo	401.676	414.276	418.726	419.320	417.216	+3,87%

Fonte: Dados de FAOSTAT, 2004.

A produção mundial de leite de cabra foi de 11.987.161 toneladas em 2003, tendo aumentado 5,31% nos últimos cinco anos. Já no Brasil a produção foi de apenas 138.000 toneladas, tendo sofrido redução de 2,13% no mesmo período. O Brasil é responsável por 1,15% da produção mundial de leite de cabra (Tabela 1).

Em nível mundial, a espécie caprina é responsável por 1,14% da produção de leite. No Brasil este percentual é de apenas 0,7% (GUIMARÃES & CORDEIRO, 2003). Observa-se também que, na média mundial, houve um aumento da produtividade média de leite de cabra na ordem de 2,55%, chegando a 80,4 kg/cabra/ano em 2003. No mesmo período, no Brasil, não houve incrementos de produtividade média, permanecendo em 30 kg/cabra/ano. Constatase assim que, apesar de ter havido um aumento no efetivo mundial de caprinos leiteiros, o aumento simultâneo da produtividade permitiu um aumento ainda maior na produção total de leite de cabra (Tabela 1). Porém, no Brasil houve reduções da produção e do rebanho na mesma proporção, mantendo, consequentemente, a mesma produtividade nos últimos cinco anos.

Esses baixos índices de desempenho produtivo apontam para a necessidade urgente de os profissionais envolvidos com a caprinocultura leiteira do Brasil incorporarem, cada vez mais, tecnologias que sejam eficazes e eficientes, assegurando assim, que os incrementos de produtividades sejam superiores ao aumento relativo dos custos de produção. Uma melhoria dos índices produtivos, quando conseguidos particularmente com o uso de tecnologias de baixo custo, contribui para um aumento significativo da lucratividade da atividade, constituindo-se em aumento de renda para quem está envolvido no processo.

No Brasil, os caprinos concentram sua maior população no Nordeste, representando mais de 90,0% do rebanho, apresentando múltipla aptidão: leite, carne e pele. Já em países mais desenvolvidos, a caprinocultura é mais especializada na produção de leite devido, dentre outros aspectos, a grande aptidão desses animais para a produção leiteira. No entanto, no Brasil, só no transcorrer das últimas três décadas é que vem sendo dada uma maior atenção para a exploração caprina leiteira, notadamente na região Sudeste. Porém, ressalte-se que na última década, na Região Nordeste, particularmente nos Estados do Rio Grande do Norte e Paraíba, foram desenvolvidas, com sucesso, algumas experiências com produção de leite de cabra em escala comercial. No entanto, as quantidades ainda são pequenas em relação ao mercado potencial e no mercado brasileiro a demanda é elevada.

A produção nacional diária de leite de cabra é da ordem de 85.000 litros. O Nordeste, embora detentor da quase totalidade do rebanho nacional, participa com pouco mais de 26% da produção de leite de cabra, e com 17% do total comercializado. Dentre os estados nordestinos, vale destacar os Estados do Rio Grande do Norte e da Paraíba, com produções em torno de 12.000 litros/dia, embora o principal destino do produto seja a merenda escolar, através de subsídios governamentais. No Estado do Ceará, a produção diária de leite de cabra é estimada em cerca de 1.000 litros.

2.1 A comercialização do leite de cabra no Brasil

A comercialização é, sem dúvida, o grande "desafio" da caprinocultura leiteira, estando o resultado da atividade sempre condicionado à aceitação e ao preço dos produtos em nível dos mercados e, particularmente a qualidade dos produtos e ao poder de compra dos consumidores. Pontos importantes a considerar são: a oferta constante do produto de excelente qualidade, o acondicionamento e a apresentação, a frequência de entrega e o número de clientes, além do "marketing" adequado voltado para o público em geral ou, se for o caso, uma divulgação técnica específica para profissionais de saúde, particularmente, médicos clínicos, pediatras, alergistas, geriatras, homeopatas, endocrinologistas, oncologistas e enfermeiros, dentre outros.

É frequente a opinião de que o mercado internacional poderá ser conquistado, com leite de cabra, desde que o Brasil ofereça produtos de alta qualidade porém, a dificuldade enfrentada por laticínios brasileiros especializados em concorrer com os produtos lácteos importados, principalmente os oriundos da França ainda deve ser superada. Talvez a busca

para a política de incentivo a um mercado interno apresente grande potencial. Uma alternativa é a fabricação de queijos menos requintados e a preços mais acessíveis, contribuindo para a expansão do mercado e o conseqüente aumento da produtividade da exploração.

Dentre os demais derivados do leite de cabra, um produto de grande aceitação no mercado brasileiro é o iogurte, o qual apresenta algumas vantagens, como o baixo custo de produção, por não necessitar equipamentos sofisticados, além de apresentar facilidade de preparo e melhor conservação. Mais recentemente, o sorvete tem aparecido como outro produto derivado, com um grande mercado a ser explorado. Os cosméticos à base de leite caprino também têm conquistado um importante mercado, tornando-se mais uma alternativa para os produtores.

Nos sistemas de exploração com animais especializados na produção leiteira, a venda de animais jovens para servir como matrizes e reprodutores constitui-se em mais uma fonte de renda. É importante lembrar que com o desenvolvimento do setor haverá, mesmo numa exploração leiteira, a oportunidade de se explorar o mercado de carne, pele e esterco, diversificando a receita do produtor. O mercado de carne é pouco ou quase não é explorado na maioria das explorações nas regiões Sul e Sudeste, sendo, em geral, os machos abatidos logo após o nascimento. No entanto, na região Nordeste, a comercialização da carne de cabritos jovens surge como uma conseqüência natural do próprio sistema de exploração da cabra para leite.

A industrialização do leite de cabra e seus derivados surge como uma necessidade para a maioria dos produtores no Brasil, pela carência de melhores opções para a comercialização "in natura" e pela possibilidade de um maior faturamento bruto mensal, por agregar valor ao leite fluído. Entretanto, é prudente ressaltar que tal industrialização deve ser vista como uma outra atividade e deve ser encarada como tal, para não mascarar o real custo final do leite industrializado. Atualmente, no Brasil, existem alguns municípios que investiram em laticínios maiores, que adquirem o leite de cabra "in natura" como os de Juiz de Fora/MG, Mogi Guaçu/SP e Nova Friburgo/RJ. Em outros países, como Estados Unidos, Canadá, Holanda e parte da França, a venda de leite de cabra, em geral, é feita para grandes laticínios e provavelmente essa seja a forma mais indicada para quem deseja produzir leite de cabra em escalas maiores.

3. MATERIAL E MÉTODOS

3.1 Área de estudo, modelo analítico e fonte dos dados

A pesquisa foi conduzida na cidade de Sobral. Esta cidade está situada na Região Nordeste do Brasil, mais especificamente no Estado do Ceará, estado que tem cerca 95% de seu território inserido na zona semi-árida (área conhecida como "polígono das secas"). Considerada como uma das cidades de maior importância econômica do Estado do Ceará, Sobral tinha em 2004 uma estimativa de população da ordem de 164.125 habitantes, dos quais 87% vivem na zona urbana e 13% habitam a zona rural. A idade média da população de Sobral está assim distribuída: 35% têm entre 0 e 14 anos; 59% têm entre 15 e 64 anos e; 6% têm mais de 65 anos. O Produto Interno Bruto (PIB) de Sobral tem a seguinte composição: 1,5% agropecuária; 35,5% indústria e 63% comércio e serviços. Dos 184 municípios que compõem o Estado do Ceará, Sobral ocupa a 4ª posição no ranking dos municípios que têm melhor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e, a 7ª posição no ranking dos municípios que têm melhor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH).

Para determinar o perfil dos consumidores e as variáveis que influenciam na decisão de consumir leite de cabra e seus derivados, foi feito um levantamento junto a 5 supermercados da cidade de Sobral, buscando-se entrevistar consumidores, aleatoriamente,

que faziam compras na seção de laticínios destes supermercados. Para tanto, elaborou-se um questionário estruturado para as entrevistas que continha questões sobre variáveis que podiam ter influência sobre as decisões dos consumidores quando estes tomassem a decisão de consumir leite de cabra e seus derivados. Os entrevistados também foram questionados sobre os seus gastos com leite de cabra e seus derivados e, qual a influência que as características peculiares ao leite de cabra relativas à qualidade e aos aspectos nutricionais tinham na hora em que o consumir decidia comprar tais produtos. No questionário, também foram incluídas questões sobre características socioeconômicas dos entrevistados.

A elaboração e aplicação dos questionários foram coordenadas pela Embrapa Caprinos, em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará (SEBRAE/CE) agência de Sobral. A equipe de entrevistadores foi composta por alunos dos cursos de graduação da Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA). Antes da aplicação dos questionários junto aos consumidores, foi feito um pré-teste dos questionários utilizando amostras menores. Após o pré-teste, cinco (5) supermercados foram visitados sendo entrevistados os consumidores que estavam fazendo compras na seção de laticínios. Dos supermercados visitados, dois (2) são considerados freqüentados por consumidores que têm renda alta e, três (3) por consumidores da classe média. Somente as pessoas que aceitaram participar das entrevistas fizeram parte da amostra que foi de 257 entrevistados, sendo 58% do sexo feminino e 42% do sexo masculino. Das pessoas que foram abordadas, cerca de setenta por cento (70%) concordaram em responder aos questionários. De posse de todos os questionários foi feita uma análise estatística descritiva das variáveis pesquisadas.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Características gerais dos entrevistados

4.1.1 Sexo

O sexo feminino, com 58% dos pesquisados, se caracteriza como o elemento perfil predominante da amostra do consumidor de leite de cabra e seus derivados de Sobral em contraposição com 42% de pessoas entrevistadas do sexo masculino (ver Tabela 2).

Tabela 2. Sexo dos entrevistados.

Sexo	Frequência	Porcentagem (%)
Feminino	149	52
Masculino	108	48

Fonte: Dados da pesquisa.

4.1.2 Local de residência

Outra variável utilizada para caracterizar o perfil do consumidor de leite de cabra e seus derivados que compra na cidade de Sobral foi o local onde reside o entrevistado. É sabido que Sobral é um município pólo da Região Norte do Estado do Ceará e, portanto, muitos consumidores dos municípios da circunvizinhança costumam fazer compras nesta cidade. Cerca de 92,9% dos entrevistados moram em Sobral.

4.1.3 Número de membros da família

Sabe-se que o número de membros que compõem a família pode influenciar a quantidade consumida do produto. Neste sentido, buscou-se determinar o tamanho das

famílias dos consumidores de leite de cabra e seus derivados em Sobral. Cerca de 27,2% dos entrevistados moram com uma família composta por 4 pessoas; 18,4% têm 5 membros na família; 16,4% têm 3 pessoas na família; 13,6% têm 6 pessoas; 7,6% têm 2 pessoas; 7,2% têm 8 pessoas; 3,6% têm 7 pessoas; 2,4% têm 1 pessoa e 1,6% têm 9 pessoas (ver Tabela 3).

Tabela 3. Número de membros na família dos entrevistados.

Número de Membros	Porcentagem (%)
4	27,2
5	18,4
3	16,4
6	13,6
2	7,6
8	7,2
7	3,6
1	2,4
9	1,6
Outros Valores	2,0

Fonte: Dados da pesquisa.

4.1.4 Faixa de Renda da Família

A renda familiar dos consumidores pesquisados está assim distribuída: 26,5% têm renda familiar na faixa maior que 1 e menor ou igual a 2 salários mínimos; 22,2% na faixa maior que 3 e menor ou igual a 5 salários mínimos; 19,1% na faixa maior que 5 e menor ou igual a 10 salários mínimos; 15,2% na faixa maior que 2 e menor ou igual a 3 salários mínimos; 7,0% na faixa maior que 10 e menor ou igual a 20 salários mínimos; 3,9% na faixa menor ou igual a 1 salário mínimo; 3,1% acima de 20 salários mínimos; 2,7% não soube ou não respondeu e 0,4% não tinha rendimentos. A Tabela 4 mostra os dados de cada faixa de renda.

Tabela 4. Faixa de renda familiar dos consumidores.

Faixa de Renda Familiar	Porcentagem (%)
Sem Rendimentos	0,4
Até 1 Salário Mínimo	3,9
Maior que 1 e menor ou igual a 2 Salários Mínimos	26,5
Maior que 2 e menor ou igual a 3 Salários Mínimos	15,2
Maior que 3 e menor ou igual a 5 Salários Mínimos	22,2
Maior que 5 e menor ou igual a 10 Salários Mínimos	19,1
Maior que 10 e menor ou igual a 20 Salários Mínimos	7,0
Não sabe ou não respondeu	2,7

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2 Percepções dos consumidores sobre leite de cabra e seus derivados

4.2.1 Conhecimento e hábitos dos consumidores sobre leite de cabra e seus derivados

Cerca de 93,8% dos entrevistados conhecem leite de cabra, contra 6,2% que não conhecem o produto. No que se refere aos derivados de leite de cabra, cerca de 73,2% conhecem, enquanto 26,8% não conhecem. Neste item, vale salientar que a grande maioria

dos entrevistados tem amplo conhecimento sobre leite de cabra e seus derivados. Já no tocante, ao hábito de consumo, cerca de 11,8% dos entrevistados têm hábito de consumir leite contra 88,2% que não consomem. Com relação aos derivados, 9,1% estão habituados a consumir derivados de leite de cabra, enquanto 90,9% dos entrevistados usualmente não costumam consumi-los. Pode-se observar que, dos entrevistados, em torno de 10% costumam consumir habitualmente o leite de cabra e seus derivados (ver Tabela 5).

Tabela 5. Conhecimento e hábitos dos consumidores sobre leite de cabra e seus derivados.

Produto	Conhecimento sobre os produtos		Hábito de consumir os produtos	
	Sim (%)	Não (%)	Sim (%)	Não (%)
Leite de cabra	93,8	6,2	11,8	88,2
Derivados	73,2	26,8	9,1	90,9

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.2 Os motivos que levam o consumidor a comprar leite de cabra e seus derivados

Foi perguntado aos entrevistados quais os motivos que os levam a consumir leite de cabra e seus derivados. 33,3% dos consumidores que estão habituados a consumir leite de cabra responderam que o consomem por que ele é “saúdável/forte”; 16,7% disseram que é por causa do seu “sabor agradável”; 16,7% responderam “porque as crianças consomem” e 12,6% responderam que necessitam consumir “por causa de doenças na família”. Quanto aos derivados, cerca de 56,3% dos consumidores que estão habituados a consumir derivados de leite de cabra responderam que o consomem por causa do seu “sabor agradável”; 12,6% disseram que eles são “saúdável/forte” e, 12,5% consomem porque “são produtores de leite de cabra”. A Tabela 6 mostra os motivos por quê os consumidores consomem leite de cabra e seus derivados.

Tabela 6. Motivos por quê os consumidores comprem leite de cabra e seus derivados.

Motivos de comprar leite	(%)	Motivos de comprar derivados	(%)
Porque é saúdável/forte	33,3	Por causa do sabor agradável	56,3
Por causa do sabor agradável	16,7	Porque é saúdável/forte	12,6
Porque as crianças consomem	16,7	Porque é produtor	12,5
Por motivo de doenças na família	12,6		

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.3 Os motivos por quê o entrevistado não consome leite de cabra e seus derivados

Foi perguntado aos entrevistados que responderam que não consomem leite de cabra e seus derivados, os motivos por quê eles não os consomem. Os principais motivos estão listados na Tabela 7. A maioria dos entrevistados (31,6% para leite e 40,3% para derivados) não os consomem “por falta de costume/hábito”. Chama a atenção o fato de que 28% e 25,6% dos entrevistados responderam que não compram leite de cabra e seus derivados pois “falta oferta do produto”. Como se pode vê, existe um mercado potencial para o leite de cabra e seus derivados que os produtores precisam conquistar, uma boa estratégia seria o aumento e a regularidade da oferta. Cerca de 19% dos entrevistados, não os consomem porque “não gostam do sabor e do cheiro forte” do leite de cabra.

Tabela 7. Motivos por quê os consumidores não consomem de leite de cabra e seus derivados.

Motivos de não consumir leite de cabra	(%)	Motivos de não consumir derivados	(%)
Por falta de costume/hábito	31,6	Por falta de costume/hábito	40,3
Falta de oferta do produto	28,0	Falta de oferta do produto	25,6
Porque não gostam do sabor e do cheiro forte	19,9	Porque não gostam do sabor e do cheiro forte	19,4

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.4 Possibilidade do entrevistado vir a consumir leite de cabra e seus derivados

Aos entrevistados que responderam que não têm o hábito de consumir os produtos, foi feita a seguinte pergunta: mesmo não consumindo, teria alguma possibilidade de sua família vir a consumir leite de cabra e/ou derivados no futuro? 81% responderam que sim e 19% disseram não. A Tabela 8 mostra estes dados.

Tabela 8. Possibilidade de vir a consumir leite de cabra e/ou derivados

Pergunta	Sim	Não	Total
Existe alguma possibilidade de você vir a consumir leite de cabra e/ou derivados?	81	19%	100%

Fonte: Dados da pesquisa.

Aos entrevistados que responderam que existe a possibilidade de vir a consumir, foram perguntados quais os motivos que os levariam a comprar leite de cabra e/ou derivados. A Tabela 9 mostra os resultados. A resposta “caso houvesse aumento da oferta” foi a mais citada, com 20,4% e 21,4% para leite e derivados, respectivamente. Como se pode ver existe uma possibilidade real de crescimento para os produtos lácteos de origem caprina no mercado de Sobral. Uma outra opção bastante citada foi: “se o preço fosse mais acessível” com 17,7% e 19,1% para leite e derivados, respectivamente. Assim, os produtores de leite precisam encontrar maneiras de diminuir os seus custos de produção para conquistar mais mercados. A resposta: “se houvesse mais informações sobre o produto” foi citada por 16% e 19,1% dos entrevistados para leite e derivados, respectivamente. Esta resposta aponta para a necessidade de uma maior divulgação do produto, através de estratégias de marketing. A resposta: “se o produto tivesse mais qualidade” foi citada por 13,3% dos respondentes, tanto para leite como para derivados. Também, “as características próprias do produto” foram citadas por 16,1% e 12,7%, para leite e derivados, respectivamente.

Tabela 9. Motivos que levariam os consumidores a comprar leite de cabra e/ou derivados.

Motivos	Leite de cabra	Derivados
Se houvesse um aumento da oferta	20,4%	21,4%
Se o preço fosse mais acessível	17,7%	19,1%
Se houvesse mais informações sobre o produto	16,0%	19,1%
Se o produto tivesse mais qualidade	13,3%	13,3%
As características próprias do produto	16,1%	12,7%
Outros motivos	16,5%	14,4%
Total	100%	100%

Fonte: Dados da pesquisa.

Aos entrevistados que responderam que não existia alguma possibilidade de vir a consumir, foi perguntado qual o motivo. As principais respostas foram: não gosta do produto (45,2%); pelo odor forte e desagradável (14,3%); porque o preço é elevado (9,5%); falta de costume/hábito (4,8%); só consumiria em casos de doenças (4,8%) e porque já são idosos (4,8%). A Tabela 10 mostra as respostas.

Tabela 10. Motivos por quê não há possibilidade de vir a consumir leite de cabra e/ou derivados.

Motivos	Porcentagem (%)
Por falta de costume/hábito	40,3
Falta de oferta do produto	25,6
Porque não gostam do sabor e do cheiro forte	19,4
Porque o preço é alto	5,4
Porque só fornece para as crianças	2,3
Outros motivos	7,0
Total	100

Fonte: Dados da pesquisa.

A análise conjunta das informações contidas nas Tabelas 9 e 10, permite-nos concluir que um ponto favorável ao consumo de leite de cabra e seus derivados é que o mesmo tem um elevado potencial de demanda, dado que a maioria dos consumidores afirmaram que não existe oferta abundante dos produtos. Como pontos desfavoráveis ao consumo destes produtos, pode-se citar: pouco costume/hábito de consumo; pouca oferta e preço alto. Como estratégias para tornar favoráveis estes fatores, os produtores precisam aumentar as suas produções utilizando tecnologias que permitam ao mesmo tempo, um aumento de produção e a diminuição dos custos de produção. Também, políticas de marketing divulgando as qualidades do leite de cabra poderiam aumentar substancialmente o consumo.

4.2.5 Local onde o consumidor costuma comprar leite de cabra e/ou derivados

Aos consumidores que costumam comprar leite de cabra e/ou derivados, foi perguntado sobre o local onde eles, normalmente, costumam adquirir estes produtos. Cerca de 34,4% compram em Padaria/Panificadora; 21,9% em Supermercado; 18,8% Diretamente do Produtor; 9,4% em Mercadinhos de Bairro e, 15,6% em Outros Locais (ver Tabela 11).

Tabela 11. Local onde o consumidor costuma comprar leite de cabra e/ou derivados.

Local	Porcentagem (%)
Padaria/Panificadora	34,4
Supermercado	21,9
Diretamente do Produtor	18,8
Mercadinhos de Bairro	9,4
Outros Locais	15,6
Total	100

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.6 Quantidade de leite e queijo de cabra comprados durante o mês

Com relação ao leite de cabra, observa-se que 46,7% dos consumidores compram “mais de 4 litros por mês”; 26,7% compram “menos de 2 litros/mês”; 13,3% “entre 2 e 3 litros/mês” e; 13,3% “entre 3 e 4 litros”. Quanto ao queijo de cabra, verifica-se que 42,1% dos consumidores compram “menos de 1 quilo por mês”; 26,3% compram “de 1 a 2 Kg/mês”; 21,1% compram “mais de 3 Kg/mês” e; 10,5% compram “de 2 a 3 Kg/mês” (ver Tabela 12).

Tabela 12. Quantidade de leite e de queijo de cabra comprados durante o mês e porcentagens.

Leite de Cabra	Porcentagem (%)	Queijo de Cabra	Porcentagem (%)
Mais de 4 Litros/mês	46,7	Menos de 1 quilo/mês	42,1
Menos de 2 Litros/mês	26,7	De 1 a 2 quilos/mês	26,3
De 2 a 3 Litros/mês	13,3	Mais de 3 quilos/mês	21,1
De 3 a 4 Litros/mês	13,3	De 2 a 3 quilos/mês	10,5
Total	100		100

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.7 Formas nas quais o leite de cabra e seus derivados são adquiridos

4.2.7.1 Formas nas quais o leite de cabra é comprado e preço pago

Dos consumidores que compram leite de cabra, cerca de 33,3% dos entrevistados afirmaram que compram na forma de leite “in natura” e, pagam em média, R\$ 2,23 por litro. De outro lado, observa-se que 54,5% dos entrevistados compram leite de cabra em “embalagem tetra pak” (leite longa-vida). Ainda, observou-se que nenhum entrevistado o adquiriu na forma de “leite de em pó”. A Tabela 13 mostra estes dados.

Tabela 13. Formas nas quais o leite de cabra é comprado e preço pago

Forma	Porcentagem (%)	Preço Médio (R\$)
Leite “In Natura”	33,3	2,23
Leite Longa Vida	54,5	Não Determinado
Leite em Pó	0	Não Determinado

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.7.2 Formas nas quais os derivados de leite de cabra são adquiridos

Dos consumidores que compram derivados de leite de cabra, cerca de 57,6% dos entrevistados afirmaram que compram “queijo de leite de cabra”. De outro lado, cerca de 18,2% dos entrevistados afirmaram adquirir o “doce de leite de cabra” (ver Tabela 14).

Tabela 14. Formas nas quais os derivados de leite de cabra são adquiridos.

Forma	Porcentagem (%)
Queijo de Leite de Cabra	57,6
Doce de Leite de Cabra	18,2

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.8 Qualidade do leite de cabra e seus derivados

Com relação à qualidade dos produtos encontrados no mercado observou-se que: para o leite “in natura” cerca de 56,2% dos entrevistados o consideram de ótima qualidade e 43,8% de boa qualidade; quanto ao “leite longa vida” 70,6% o consideram de boa qualidade e 29,4% de ótima qualidade. Já para os derivados, a avaliação dos consumidores foi a seguinte: 59,1% dos consumidores consideram que o queijo de cabra ofertado no mercado de Sobral tem boa

qualidade, e 40,9% o qualificaram como de ótima qualidade; no que se relaciona ao doce de leite de cabra, observou-se que 60% dos consumidores responderam que ele tem boa qualidade, e 40% que tem ótima qualidade. Chama a atenção, que neste item (qualidade do produto) não houve nenhum consumidor que classificasse o produto como de qualidade regular, ruim ou péssimo. Estes resultados estão mostrados na Tabela 15.

Tabela 15. Qualidade do leite de cabra e seus derivados ofertados no mercado de Sobral.

Produto	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo
Leite de cabra “in natura”	56,2%	46,8%	0%	0%	0%
Leite de cabra longa vida	29,4%	70,6%	0%	0%	0%
Queijo de leite de cabra	40,9%	59,1%	0%	0%	0%
Doce de leite de cabra	40%	60%	0%	0%	0%

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.9 Qualidade da oferta de leite de cabra e seus derivados no mercado local

Foi perguntado aos entrevistados sobre a percepção que eles tinham sobre a oferta de leite de cabra e seus derivados no mercado de Sobral. Para tanto, perguntou-se se no mercado local a oferta destes produtos era satisfatória. Cerca de 72,7% dos entrevistados afirmaram que a oferta não era satisfatória e 27,3% disseram que sim (ver Tabela 16).

Tabela 16. Qualidade da oferta de leite de cabra e seus derivados no mercado local.

Pergunta	Sim	Não	Total
A oferta no mercado local é satisfatória?	27,3%	72,7%	100%

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.9.1 Motivos porquê a oferta está satisfatória

Aos entrevistados que responderam que a oferta de leite de cabra e seus derivados no mercado local era satisfatória, foram perguntados os motivos. As respostas foram: 49,9% acham que a oferta está satisfatória porque têm facilidade de encontrar o produto; 16,7% porque vêem o produto com frequência (propaganda); 16,7% porque o produto tem uma boa venda e; 16,7% porque este é um produto importante. Estes resultados são mostrados na Tabela 17.

Tabela 17. Motivos porquê a oferta no mercado local é satisfatória.

Motivo	Porcentagem (%)
Porque o produto pode ser encontrado facilmente	49,9
Porque vê o produto com frequência (propaganda)	16,7
Porque o produto tem uma boa venda	16,7
Porque o produto é importante	16,7

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.9.2 Motivos porquê a oferta não está satisfatória

Aos entrevistados que responderam que a oferta de leite de cabra e seus derivados no mercado local não era satisfatória, também foram perguntados os motivos. As respostas foram: 26,7% acham que a oferta não está satisfatória porque têm dificuldade de encontrar o produto; 26,7% porque falta mais divulgação do produto; 13,3% responderam que o preço ainda é muito elevado; 13,3% disseram que a procura pelo produto ainda é pequena; 13,3%

que existe pouca oferta; e 6,7% disseram que falta higiene nos produtos. Estes resultados são mostrados na Tabela 18.

Tabela 18. Motivos porquê a oferta no mercado local não é satisfatória.

Motivo	Porcentagem (%)
Porque o produto não pode ser encontrado facilmente	26,7
Porque falta divulgação do produto	26,7
Porque o preço ainda é muito elevado	13,3
Porque a procura pelo produto ainda é muito pequena	13,3
Porque existe pouca oferta do produto	13,3
Falta de higiene dos produtos	6,7

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.10 Fatores levados em consideração na hora de comprar leite de cabra e derivados

Com o objetivo de determinar os principais fatores os consumidores de Sobral levam em consideração na hora de adquirir leite de cabra e seus derivados, foi feita a seguinte pergunta: o que você leva em conta na hora de comprar leite de cabra e derivados? As principais respostas foram: 29% responderam o valor nutritivo/saudável; 25,8% a qualidade do produto; 16,1% o sabor agradável; 9,7% o preço; 9,7% a embalagem e informações sobre o produto e; 9,7% o gosto das crianças. Estes dados estão mostrados na Tabela 19.

Tabela 19. Fatores levados em consideração na hora de comprar leite de cabra e derivados.

Fatores	Porcentagem (%)
O valor nutritivo/saudabilidade	29,0
A qualidade do produto	25,8
O sabor agradável	16,1
O preço	9,7
A embalagem contendo informações sobre o produto	9,7
O gosto das crianças	9,7

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.11 Estratégias que poderiam aumentar o consumo de leite de cabra e seus derivados

Para saber qual a opinião dos consumidores sobre que estratégias poderiam ser utilizadas para estimular o consumo foi feita a seguinte pergunta: na sua opinião o que poderia ser feito para aumentar o consumo de leite de cabra e seus derivados no mercado de Sobral? As respostas foram: 46,1% responderam divulgação do produto; 34,6% aumentar a oferta do produto; 15,4% baixar os preços e; 3,9% disseram que nada poderá ser feito. Estes dados estão mostrados na Tabela 20.

Tabela 20. Estratégias que poderiam aumentar o consumo de leite de cabra e seus derivados.

Estratégias	Porcentagem (%)
Divulgação do produto	46,1
Aumentar a oferta do produto	34,6
Baixar os preços	15,4
Nada poderá ser feito	3,9

Fonte: Dados da pesquisa.

4.2.12 Preocupação do consumidor com a inspeção do leite de cabra e seus derivados

Para saber qual a preocupação que o consumidor tem em saber se o produto que ele está consumindo é ou não inspecionado, fez-se a seguinte pergunta: você costuma olhar se o produto possui carimbo do Serviço de Inspeção Federal (SIF) ou Serviço de Inspeção Estadual (SIE)? 50% responderam que sim; 50% disseram que não (ver Tabela 21).

Tabela 21. Preocupação do consumidor com a inspeção do leite de cabra e seus derivados

Pergunta	Sim	Não	Total
Você observa se o produto possui carimbo do Serviço de Inspeção Federal (SIF) ou Serviço de Inspeção Estadual (SIE)?	50%	50%	100%

Fonte: Dados da pesquisa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados deste trabalho poderão servir para nortear as tomadas decisões dos diversos agentes que atuam na comercialização de leite de cabra e seus derivados. Ao longo da pesquisa, pôde-se perceber que o leite de cabra e seus derivados têm um significativo potencial de mercado, que precisa ser melhor entendido pelos produtores, a fim de que se possa aproveitar as potencialidades e as oportunidades atuais e futuras do mercado. É interessante ressaltar que, na visão dos consumidores, o leite de cabra e seus derivados são produtos diferenciados dos outros leites (principalmente leite de vaca) visto que os consumidores o vêem como um produto que tem um alto valor nutritivo, muito saudável e de boa qualidade. Ademais, para aumentar as suas participações no mercado brasileiro de leite de cabra e seus derivados e, conseqüentemente, ampliar o número o número de consumidores, faz-se necessário que haja uma política agressiva de divulgação dos produtos, assim como, aumentar consideravelmente a oferta de produtos lácteos de origem caprina nos mais diversos pontos de vendas e também, diminuir os preços pagos pelo consumidor final.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AHUYA, C.O.; Okeyo, A.M.; Mwangi-Njuru; Peacock, C., 2005. Developmental challenges and opportunities in the goat industry: The Kenyan experience. *Small Ruminant Res.* 60, 197-206.
- DUBEUF, J.P., 2005. Structural, market and organizational conditions for developing goat dairy production systems. *Small Ruminant Res.* 60, 67-74.
- FAO, 2006. Statistical databases. <http://www.apps.fao.org>. Acesso em: 15/05/2006.
- FAO. Banco de dados FAOSTAT. Disponível em: <http://apps.fao.org>. Acesso em: 16.06.2004.
- GUIMARÃES, M.P.S.L.M. de P.; CORDEIRO, P.R.C. Dimensionamento do mercado de produtos lácteos no Brasil. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL SOBRE CAPRINOS E OVINOS DE CORTE, 2.; SIMPÓSIO INTERNACIONAL SOBRE O AGRONEGÓCIO DA CAPRINOCULTURA LEITEIRA, 1, 2003, João Pessoa-PB. Anais... Editado por Élon Soares dos Santos e Wandrick Hauss de Souza. João Pessoa-PB: EMEPA, 2003. p.95-102.
- IÑIGUEZ, L., 2004. Goats in resource-poor systems in the dry environments of West Asia, Central Asia and the Inter-Andean valleys. *Small Ruminant Res.* 51, 137-144.
- PAPACHRISTOFOROU, C.; MARKOU, M. , 2006. Overview of the economic and social importance of the livestock sector in Cyprus with particular reference to sheep and goats. *Small Ruminant Res.* 62, 193-199.

- PEACOCK, C., 2005. Goats – A parthway out of poverty. *Small Ruminant Res.* 60, 179-186.
- SEBRAE/RN. Comportamento da cadeia produtiva agroindustrial da caprinovinocultura do Rio Grande do Norte. In: SEBRAE/RN: Diagnóstico da cadeia produtiva agroindustrial da caprinovinocultura do Rio Grande do Norte. Vol. III. Natal-RN: SEBRAE/RN. 2001. 146p.
- SILVA, R.R.D. Sistema agroindustrial da caprinocultura leiteira no Brasil. 1996, 38p. Monografia de especialização em agribusiness. UFPB/USP, Campina Grande-PB.
- WANDER, A.E.; MARTINS, E.C. Viabilidade econômica da caprinocultura leiteira. In: IV SEMANA DA CAPRINOCULTURA E DA OVINOCULTURA BRASILEIRAS, Sobral-CE. Anais: Embrapa Caprinos, 2004.